

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/262/>

PUESTA EN VALOR TURISTICO - RECREACIONAL A NIVEL LOCAL: OLAVARRIA

Juan Carlos Mantero.

Ricardo Dosso. Bernarda Barbini. Marcela Bertoni. (*)

Universidad Nacional de Mar del Plata

citurist@mdp.edu.ar

Resumen

El estudio, cuya síntesis se presenta, destinado a plantear la puesta en valor y en desarrollo turístico recreacional de Olavarría, es producto de un convenio realizado con la Municipalidad, y se inscribe en las premisas y criterios adoptado en el proyecto de investigación respecto de Centros Urbanos Bonaerenses.

Afrontar y resolver los problemas de sostén generados por la crisis de la economía extractiva en el contexto e una crisis socio-económica mas amplia, supone interpretar aquello que sucede, comprender la disposición y aspiración de la comunidad, adoptar una visión realista de la problemática y concebir alternativas para superar la situación.

En tal contexto, el propósito explícito de evaluar la factibilidad turística y recreativa de Olavarría se inscribe en la finalidad implícita de convocar personas y negocios que con su presencia puedan agregar valor y sumar energías a las disponibles en el lugar

El estudio se propuso dar satisfacción a objetivos de identificación y evaluación de un posible producto global Olavarría y de productos diferenciados, alternativos y viables susceptibles de promoción, proponiendo estrategias y acciones de puesta en valor y en desarrollo turístico y recreacional del Partido.

(*) el estudio de Puesta en Valor y en Desarrollo Turístico Recreacionall de Olavarría, fue realizado durante el tercer trimestre del 2001 por el equipo del Centro de Investigaciones Turísticas, integrado por el arq. Ricardo Dosso (tema: territorio y recursos), la lic. Bernarda Barbini (tema: condiciones e instituciones) y la lic. Marcela Bertoni (tema: servicios y demandas) y conducido por el arq. Juan Carlos Mantero (tema: prospección y proposición), responsable del presente documento.

TOURISTIC-RECREATIONAL APPRAISAL ON A LOCAL SCALE: OLAVARRIA

Juan Carlos Mantero

Ricardo Dosso, Bernarda Barbini, Marcela Bertoni

Abstract

The study presented in this abstract, concerned with the touristic-recreational appraisal and development of the city of Olavarria, is the result of a joint venture of the University with the local Town Hall, and follows the premises and criteria adopted in the research project oriented to Urban Centres in the Province of Buenos Aires.

In order to face and solve the problems arising from the impending economic crisis in the context of a wider socio-economic crisis it is necessary to interpret what is happening, to understand the willingness and expectations of the community and to adopt a realistic vision of the problems as well as to provide alternatives tending to overcome the situation.

In such context, the explicit purpose of evaluating the touristic and recreational feasibility of Olavarria is focused on the implicit finality of attracting people as well as business which can make possible to add to the value of the city and to improve the already existing conditions of the place

The study was focused on satisfying the objectives of identification and appraisal of a possible global product in the city of Olavarria and differential, alternative, and feasible products tending to promote the city, with the further objective of proposing strategies and courses of action connected with the touristic-recreational appraisal and development of the district.

Key Words: *Tourism – Touristic development – local development – Olavarria*

PUESTA EN VALOR TURISTICO - RECREACIONAL A NIVEL LOCAL: OLAVARRIA

Presentación

La contribución que se presenta a consideración es producto del Convenio entre la Municipalidad de Olavarría la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata para realizar el Estudio de Puesta en Valor y en Desarrollo Turístico Recreacional de Olavarría, a través del equipo del Centro de Investigaciones Turísticas, y se inscribe en el proyecto de investigación – acción en curso respecto de Centros Urbanos Bonaerenses: puesta en valor de red turístico recreacional.

Objetivos

- . identificar y relevar los recursos susceptibles de integrar a la actividad turística y recreacional del Partido: atractivos, equipamientos y servicios;
- . evaluar las condiciones actuales y potenciales del Partido para la generación y el desarrollo de alternativas turísticas y recreacionales;
- . identificar y evaluar el posible producto global Olavarría y los productos diferenciados, alternativos y viables susceptibles de promoción;
- . proponer estrategias y acciones de puesta en valor y en desarrollo turístico y recreacional del Partido, acordes los recursos disponibles.

Estudio e Informe

Se realizó una serie de actividades técnicas de análisis de información, de observación in situ, de entrevista a informantes claves y a agentes del sector público y del sector privado, de reuniones de información y deliberación, a propósito de las cuestiones objeto de estudio.

El desarrollo de las tareas programadas, en los tiempos previstos, resultó factible a partir de la diligente disposición de la Dirección Municipal de Turismo en la persona de su responsable ing. Graciela Rosetti.

El temario desarrollado en el Informe comprende *diagnóstico y apreciaciones*, a propósito de los recursos turístico - recreacionales, de los servicios turísticos y

la demanda turística, de las características, imágenes e instituciones de Olavarría y de la acción turística, y síntesis y proposiciones, a propósito de municipio y región, de potencialidad y prospección de la actividad turística, de productos turísticos y puesta en mercado, de gestión turística municipal.

A los efectos de alcanzar tales objetivos la tarea implicó una serie de actividades técnicas de análisis de información, de observación in situ, de entrevista a informantes claves y a agentes del sector público y del sector privado, de reuniones de información y deliberación, a propósito de las cuestiones objeto de estudio, además de la presentación a consideración de la comunidad y del Municipio las conclusiones y aperturas que del estudio se desprenden y que hacen a su aporte al tránsito de una cultura del trabajo a una cultura del ocio propicia para el devenir turístico.

Introducción

El nombre de Olavarría identifica el partido bonaerense y la ciudad sede del municipio, ubicados en el centro de la Provincia de Buenos Aires, cuya población supera los cien mil habitantes, localizada en su casi en su totalidad en áreas urbanizadas.

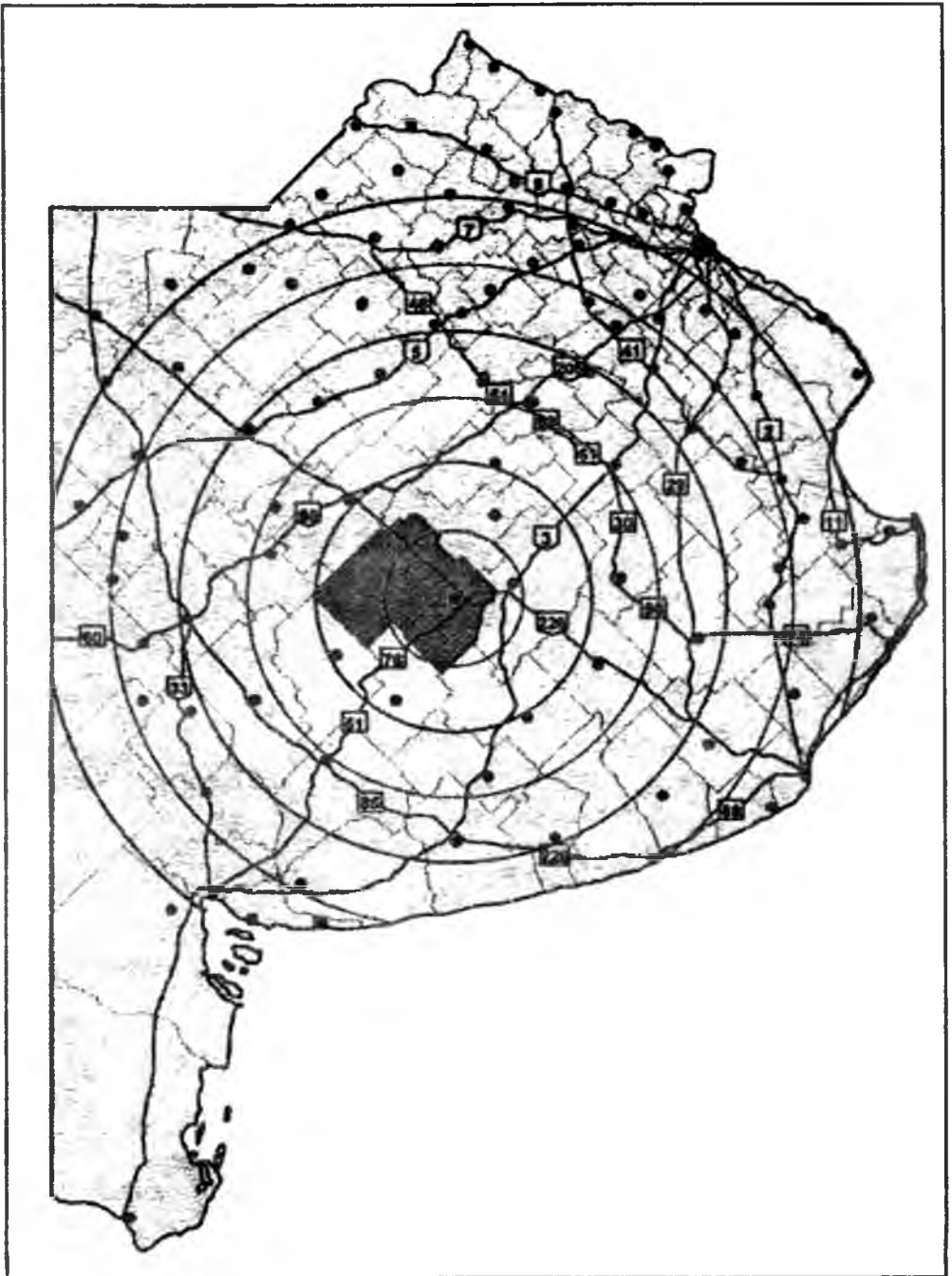
El territorio de Olavarría se dispone en un espacio de articulación de sierras y planicies que le confieren singularidad y diversidad en lo paisajístico, tanto en lo natural cuanto en lo productivo.

El paisaje natural se sustenta en la presencia de lomadas y llanuras, sostén de la actividad agrícola y ganadera, y de colinas y sierras, sostén de la actividad extractiva e industrial. La cuenca minera le diferencia del resto de la Provincia y explica su desarrollo diferencial socio-económico diferencial.

La presencia de una conjunción de localidades entorno a la ciudad de Olavarría le confiere singularidad al territorio. Allí se disponen Sierra Chica, Sierras Bayas, Loma Negra, Colonia Hinojo, Colonia San Miguel y Colonia Nuevas, además de otros asentamientos.

La singularidad productiva le ha conferido una significativa presencia en la Provincia de Buenos Aires, donde al nivel de desarrollo alcanzado se suma su gravitante ubicación en el territorio, sin perjuicio de la crisis nacional que le alcanza y le afecta.

Sin embargo, los lugares o las localidades son personas, culturas y patrimonios, son paisajes, significados y ambientes, y en función de tales constituyen oportunidades para el desarrollo de múltiples dimensiones que sustentables en la condición de



lugar habitable, en la calidad de vida posible. Aun en situaciones de crisis intensa el lugar apropiado y la comunidad localizada disponen de recursos para su recuperación, para emprender la gradual superación de sus problemas

En ciertos casos, los lugares tienen problemas cuando la primordial actividad productiva sustentante es objeto de transformaciones producto del impacto de la competitividad que le excluye del mercado o que le incluye a partir de innovaciones tecnológicas. Olavarría en tanto territorio es objeto de transformaciones producto del impacto de las innovaciones tecnológicas en las actividades de extracción y de producción de cemento generadas para afrontar el desafío de la competitividad del sector, en un contexto socioeconómico complejo que trasciende la localidad y afecta al país

Así como el Partido de Olavarría se ha transformado en su actividad productiva, la ciudad se ha transformado en su rol de intercambio, proveedor de productos y prestador de servicios, al influjo de las tendencias que hoy caracterizan el devenir de nuestro país.

El impacto social de la concurrencia de la situación económica nacional en las diferentes actividades y de la puesta en competitividad de la actividad extractiva y productiva primordial de Olavarría han implicado una significativa movilidad y reducción del empleo, síntoma perceptible del cambio, y una no menos significativa exigencia de afrontar el cambio y procurar resolver los problemas planteados.

Afrontar y resolver exige interpretar aquello que sucede, comprender la disposición y aspiración de la comunidad, adoptar una visión realista de la problemática y concebir alternativas para superar la situación. En tal sentido, el propósito explícito de evaluar la factibilidad turística y recreativa de Olavarría se inscribe en la finalidad implícita de convocar personas y negocios que con su presencia puedan agregar valor y sumar energías a las disponibles en el lugar

I. MUNICIPIO Y REGION

1. la macro regionalización socio económica

Ruby Daniel Hernández en *Un modelo de desarrollo regional* de Provincia de Buenos Aires incluye a Olavarría en la Región 4 Cuenca Minera integrada además por los partidos de Azul, B. Juárez, Bolívar, Daireaux, González Chaves, Gral. Lamadrid, Hipólito Yrigoyen, Laprida y Tandil.

La cuenca minera determina la base económica dominante (núcleo dinámico

Los consorcios productivos de la provincia plantean la construcción de un nuevo espacio institucional tendiente a promover la producción, la comercialización y el procesamiento de bienes, experiencia incipiente que, sin embargo, plantea opciones inéditas a propósito de las actividades productivas.

En el caso del Consorcio TOAR, el turismo no ha sido objeto de consideración y asociación, difiriéndose tal opción a la convocatoria de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

Sin embargo, la política de los consorcios productivos bonaerenses, caracterizado por la autonomía de agrupamiento a partir de la relación territorial, la base productiva común y las vinculaciones intermunicipales preexistentes, implicó la adopción de un criterio de integralidad, de articulación y complementación, entre cuyos objetivos comunes plantea entre otros *el fomento del turismo regional aprovechando las posibilidades que brindan los integrantes del consorcio productivo (pesca, sierras, balnearios, caza, etc.)*. (Daniel Slutzky Los consorcios productivos bonaerenses en el desarrollo regional. Las iniciativas de dinamización económico social)

3. la regionalización de la gestión turística provincial

La Subsecretaría de Turismo en su *Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Provincia de Buenos Aires*, concebido para *contribuir al desarrollo económico y social del territorio a partir de la jerarquización, promoción y fomento de la actividad turística* en el ámbito provincial, incluye a Olavarría en la región 5. Región del Centro que además incluye a los Partidos de Azul, Benito Juárez, Gonzalez Chaves, Tandil y Rauch.

La región es producto de una ponderación de las condiciones ambientales (*diagnóstico ambiental*), económicas y sociales (*modelo de desarrollo regional*), y de integración de consorcios por producción afín (estudio CFI) que se plantea en el propósito provincial *de eficientizar la administración de recursos y las demandas de desarrollo de nivel local*.

De reciente concepción persigue crear un ámbito de valorización del espacio local-municipal, en el que los actores e instituciones, se constituyan en hacedores de su desarrollo territorial tendientes a concebir políticas turísticas congruentes.

En la actualidad (Septiembre de 2001) esta en proceso de diagnóstico de la región y formación de recursos para emprender la constitución de Foros Regionales para la formulación del Plan Estratégico Provincial.

La Subsecretaría de Turismo de la Provincia identifica programas de

1. Puesta en valor del patrimonio turístico provincial
2. Desarrollo de productos turísticos
3. Reconversión de los recursos humanos
4. Gestión de las unidades turísticas fiscales

Olavarría ha participado de reuniones regionales cuya actividad regional esta en instancias de intercambio de información y de actualización de recursos humanos. En tal sentido, se disponen jornadas que, dentro del Programa de Reconversión de los Recursos Humanos, proponen talleres de *Imagen e Identidad Turística Corporativa del Municipio* y de *Entrenamiento y Nivelación de los Organismos Municipales de Turismo*.

4. la interacción Azul - Olavarría

Al presente, la regionalización planteada por R. Hernández y los consorcios auspiciados por el IPAC no han contemplado la actividad turística, más allá de la región del litoral y de objetivo entre otros objetivos de los consorcios. La regionalización planteada por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia si bien, obviamente, contempla la función turística, la diversidad de Municipios que la integran, el diferente estadio, la diferente potencialidad en relación al turismo e incluso la competencia por un mercado afín actualmente en repliegue, hace difícil generar asociatividad que trascienda las actividades de intercambio de información y de acceso a la formación de recursos.

En el contexto mas restringido de los Municipios del TOAR se observa una disposición autónoma de Tandil, en función de estar instalado como destino posible en la consideración turística, una disposición incierta en Rauch, considerando la ausencia de recursos atrayentes, y una disposición cierta de Azul de plantearse en alternativa turística a escala de sus posibilidades. A nivel regional Olavarría dispone de una ubicación privilegiada por su centralizada en la Provincia, por estar casi en el cruce las rutas que vertebran el territorio (la ruta 3 de Buenos Aires a Bahía Blanca y la ruta 226 de Gral. Villegas a Mar del Plata) y de aquellas que le confieren centralidad en relación a municipios adyacentes (Tapalqué, Daireaux, Lamadrid. Laprida y Benito Juarez y Azul) y municipios próximos.

Sin embargo, la ubicación de Azul por relación a la ruta 3 y a la ruta 226 le confiere una situación de prelación en la posible afluencia desde Buenos Aires y desde Mar del Plata, sin perjuicio del rol disuasorio del peaje ubicado en la ruta 226 entre Azul y Olavarría, que requiere ser contemplada, considerando además de la existencia de dos peajes que le preceden en la ruta 3 y dos peajes en la ruta 226.

Aunque es menester adoptar una estrategia de singularizar Olavarría en el contexto de destinos posibles de recreación y mini turismo, puede resultar de interés asumir estrategias compartidas con Azul, de recíproco beneficio, ya verificado en el caso de saturación de la disponibilidad de plazas de alojamiento en Olavarría.

La eventual estrategia respecto de Azul puede sustentarse además en la existencia de recursos que les permiten diferir y complementarse en la persuasión del turista que accede al centro de la Provincia y a quien la proximidad de Azul y Olavarría conectados por una autovía de tránsito fluido le hace posible la recíproca accesibilidad.

5. la interacción Olavarría localidad - localidades del Partido

Al considerar las relaciones de Olavarría localidad con las restantes localidades del municipio se plantean las disímiles características que permiten conjeturar su complementariedad a los fines turísticos y recreacionales.

Sin embargo, realizado el relevamiento de las condiciones y aptitudes para la actividad turística, se observa una gradación que se plantea en la obvia prelación de Olavarría y la inmediata disposición de Sierras Bayas, en tanto difieren la consideración de las Colonias y de la Villa Fortabat y relega Sierras Chicas que, al margen del testimonio cultural, sólo adquieren relativo interés turístico al integrarse en circuitos.

Por tanto, a excepción de Sierras Bayas, pese a la carencia de servicios y de cuya autonomía relativa y potencialidad turística dan cuenta el escenario de la localidad, el paisaje del entorno y la disposición de su gente, las restantes localidades al momento actual no disponen de atraktividad y servicialidad suficiente pese a su accesibilidad.

En consecuencia, cabe consignar la excluyente primacía de Olavarría, la relevancia que puede adquirir Sierras Bayas y la condición de escala en el itinerario que adquieren las restantes localidades en función de las opciones de turismo natural y rural y de turismo productivo e industrial, según el caso, o de su condición de sede de algún acontecimiento de convocatoria regional.

II. POTENCIALIDAD NODAL TURISTICO - RECREACIONAL

Los atributos que le confieren a Olavarría la condición de potencial nodo turístico recreacional en el territorio de la Provincia, a escala de las opciones del interior provincial, radican en

- . la ubicación en el centro geográfico del territorio provincial, a pocos kms. del cruce de las dos rutas vertebrales de la Provincia (ruta 3 y ruta 226),
- . la magnitud poblacional, la entidad urbana, la conformación social y el nivel y la calidad de vida de Olavarría,
- . la disposición de su entorno en la interfase de las sierras y la llanura, la singularidad productiva del entorno, no obstante el obvio perjuicio ambiental del área extractiva,
- . la presencia paisajística, recreativa y significativa del arroyo Tapalqué en el territorio y el espacio urbano de Olavarría,
- . la expresión espacial y social de la cultura productiva que se advierte en la localidad de Sierras Bayas y área adyacente,
- . el testimonio cultural de la colonización de alemanes del Volga en localidades entorno a Olavarría (colonias Hinojo, Nievas y San Miguel),
- . la actualidad de convocatoria en golf en club urbano, en pesca deportiva en laguna, en automovilismo competitivo de turismo de carretera en autódromo,
- . la potencialidad de una diversidad de aconteceres y de acontecimientos programados en el espacio comunal (ferias y fiestas),
- . la potencialidad de una pluralidad de prácticas y actividades recreativas y deportivas realizables en ámbitos apropiados (naturales y urbanos),
- . el umbral de servicios de alojamiento y de restauración susceptibles de ocupación turística en el lapso ocioso del fin de semana y feriados,
- . la disponibilidad de espacios adecuados para la realización de eventos y congresos a un viable nivel de convocatoria (de acuerdo al relevamiento),
- . la centralidad de alcance regional que le confieren los establecimientos educacionales, los servicios de salud y las actividades comerciales, y
- . la potencialidad de una eventual acción regional de promoción turística y de unidad en la diversidad, en particular la interacción de Olavarría y Azul.

Al identificar los atributos advertidos y ponderados en Olavarría, localidad y partido, a escala del interior de la Provincia, corresponde señalar que precisamente en el número de los atributos identificados radica su potencia y su carencia, en la medida de que resulta difícil concebir un producto singular en aptitud de convocar turismo por sí, con prescindencia de otros, o de constituirse en ámbito excluyente de negocio turístico de Olavarría, más allá de ciertas convocatorias trascendentes pero circunstanciales.

Atributos planteados permiten prospectar la identificación de productos susceptibles de integración, en función de la alternancia de los diferentes productos en su condición de producto convocante al que los productos restantes resultan integrables, necesarios para que en su integración permitan la promoción persuasiva y se genere la afluencia deseable.

La paradoja radica en que la potencialidad de recursos, servicios e infraestructuras para el desarrollo de la actividad turística requiere, además de su actualidad en productos turísticos integrables, de un sustento de disposición receptiva y conciencia turística de su comunidad, conformada en la cultura de la producción y de la industria, cuyo desarrollo le singularizó, diferenció y, en cierto modo, atenuó su sentido de pertenencia regional.

Sin embargo, resultaría mera probabilidad considerar exclusivamente la potencialidad de los atributos, en tanto su existencia es condición necesaria, aunque resulta insuficiente, para prospectar el futuro turístico recreacional, en tanto se prescinda de considerar la demanda potencial de los productos integrados, sea en función turística o en función recreacional.

En tal sentido, la demanda turística potencial, aquella susceptible de convocar y afluir en períodos breves, básicamente de fin de semana, se localiza primordialmente en el área metropolitana, con segmentos de mercado de dimensión relevante ávidos de oportunidades recreativas de distensión y de opciones específicas accesibles, en tanto la demanda recreacional, no subestimable, de convocatoria continua y de probable presencia recurrente, se localiza en las localidades ubicadas en un radio de 150 kms.

Resulta obvio consignar que la concepción de un nodo turístico recreacional, y su inclusión en una eventual red regional, es apenas la apertura a una serie de acciones promocionales que requiere una gradación adecuada en relación a la capacidad de sustento de actividades, actualmente disponible, y al gradual incremento de oportunidades recreativas y de opciones en los servicios turísticos y recreacionales.

En síntesis, puede advertirse la viabilidad del nodo turístico recreacional Olavarría en la conformación de una red turístico recreacional y puede inferirse la potencialidad de centros/entornos que aporten a la región la singularidad de la diferencia.

III. PROSPECCION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

La formulación de un plan de puesta en valor turístico de Olavarría apropiado implica la identificación de

- . itinerarios de accesibilidad y conectividad para los visitantes y/o turistas
- . espacios de localización y centralidad para los visitantes y/o turistas
- . espacios de disposición y vías de articulación de áreas de interés turístico
- . áreas de interés turístico en función de la disposición de paisajes, lugares y actividades

. circuitos adyacentes alternativos entre lugares en función de paisajes

Tales requisitos se alcanzan mediante la identificación y formulación de productos turísticos viables a partir del reconocimiento de recursos atrayentes (naturales, culturales y vivenciales), de la presencia de servicios apropiados, necesarios y suficientes (traslado, alojamiento, restauración y recreación), en condiciones de prestación adecuadas (calidad, precio, calidad - precio), en un contexto de hospitalidad y amenidad satisfactorio.

Olavarría como *destino turístico* supone obrar a partir de la conjunción de productos identificados que implica apelar a la conformación de un producto global integrado y de la consideración de un mercado diversificado en relación al producto específico que adquiera función convocante primordial.

1. plataforma de despegue

Resulta casi obvio consignar que Olavarría está en condiciones de acceder al primer umbral en el proceso de devenir destino recreacional y turístico, en función de los recursos y servicios existentes y de actividades susceptibles de realizar a partir de su existencia y potencialidad, definiendo la opción de apertura a la actividad, sin perjuicio de identificar fases de un proceso gradual de desarrollo turístico a través del tiempo.

La condición de *actualidad* del producto lo confiere la atraktividad y la accesibilidad del recurso (paisaje / actividad), la disponibilidad y calidad del servicio (alojarse / restaurarse), la conectividad y la compatibilidad recurso / servicio (conexión / articulación), la singularidad y la diversidad de la experiencia recreativa (imagen / vivencia).

La condición de *potencialidad* del producto radica en reconocer la atraktividad del recurso que, no obstante disponer de cierta y/o relativa accesibilidad, carece del resto de las condiciones requeridas para acreditar actualidad, por tanto requerir de acciones y/o inversiones no inmediatamente viables y/o factibles.

Las posibilidades de Olavarría de devenir destino mini turístico y recreacional, a escala de sus aptitudes actuales y potenciales, está condicionada a la persuasión de los segmentos que hoy están en disposición de hacer turismo y, primordialmente, al devenir de las posibilidades de acceder al turismo de sectores actualmente en expectativa y/o en repliegue por la situación socio-económica que afecta a la Argentina, en particular a los sectores medios de la sociedad.

2. primer umbral: el escenario de lo posible

El escenario de lo posible resulta de la puesta en desarrollo de lo existente en función de las condiciones de atractividad, accesibilidad y capacidad del sostén actual y la puesta en valor de lo potencial viable en lo inmediato.

del miniturismo:

A propósito de la actualidad turística y la potencialidad viable en lo inmediato, la capacidad de carga limitante radica primordialmente en la disponibilidad de alojamiento apropiado, en relación a los productos turísticos convocantes, susceptibles de promoción, por cuanto la rotación admisible en servicios de restauración permite absorber una afluencia creciente de la recreación.

A propósito de la actualidad recreacional y la potencialidad viable en lo inmediato, la capacidad de carga limitante radica primordialmente en la disponibilidad de espacios y servicios de recreación apropiados para integrar las opciones recreativas atrayentes susceptibles de promoción, considerando las múltiples opciones de restauración espontánea que se suman a los servicios.

en síntesis

. la primer fase puede sustentarse en la puesta en accesibilidad de los atractivos actuales, la puesta en calificación de acontecimientos convocantes y la puesta en programación de actividades recreativas autónomas y asistidas.

. la accesibilidad tiene múltiples connotaciones: condicionar actividades, itinerarios y lugares, realizar difusión y dar información pertinente, convenir asociatividad entre responsables de servicios, *centrar en Olavarría accesible* el fin de semana de la demanda potencial identificada.

. enfatizar la sinergia convocante de integrar el producto turístico básico y los restantes productos turísticos de *Olavarría una y diversa*, en relación a demandas genéricas y específicas que acrediten la simultánea satisfacción de aspiraciones diferentes.

. los productos identificados que alternan su condición de producto básico y complementario, en función de demandas específicas, resultan ser:

el turismo urbano y cultural
el turismo natural y rural

el turismo industrial y artesanal
el turismo de acontecimientos
el turismo de actividades

3. segundo umbral: el escenario de lo probable

El escenario de lo probable resulta de la previsible expansión del desarrollo turístico, en un contexto propicio, a partir de superar el umbral de partida en función del incremento de las condiciones de atractividad, accesibilidad y capacidad de sostén actual y de las innovaciones compatibles con la valorización de las potencialidades mediatas, aquellas que suponen inversiones productoras de beneficios tangibles.

Alcanzar el límite de lo posible, instancia necesaria al escenario planteado, permite generar disposición de inversión turística destinada a la diversificación y calificación de opciones, resultado del incremento en número y exigencia del turista, que asociado al probable incremento de la población en condiciones de hacer turismo, capitalice en la consideración del destino Olavarría el impacto previsible de la puesta en actividad productiva de L'Amali.

El desarrollo recreacional de las condiciones y aptitudes, confirmadas en el escenario posible y la apertura a la potencialidad viable, y la capacidad de carga inducida por resultados alcanzados se expresará en la amplitud y densidad de las actividades programadas, generadas por espacios acondicionados y servicios prestados, y de las actividades espontáneas, sensibles y adecuables a los cambios que se producen en las necesidades y aspiraciones de la gente.

4. tercer umbral: el escenario de lo deseable

El escenario de lo deseable resulta de la expansión del desarrollo a partir de superar el umbral de lo probable, a partir de la consolidación del umbral de atractividad, accesibilidad y capacidad de sostén, que reivindique a Olavarría entre los destinos apetecibles de miniturismo e induzca acciones e inversiones relevantes en el sector privado.

A propósito del desarrollo turístico de las condiciones y atributos consolidados en el escenario probable y de la potencialidad viable en lo mediano, la capacidad de carga inducida por resultados alcanzados se traduce en diversidad y calidad del alojamiento esperado, en función de los productos turísticos consolidados y de los productos generados en el transcurso de la fase superada, sin perjuicio de la necesaria diversificación de servicios de restauración y de opciones de recreación.

La ubicación de Olavarría entre los destinos apetecibles de miniturismo y entre las sedes alternativas de reuniones a escala permitirá una consolidación perdurable de la actividad turística y recreacional en aptitud comparativa por distancia accesible y en aptitud competitiva por la disposición social y empresarial respecto de la afluencia turística.

IV. OLAVARRIA: PRODUCTOS TURISTICOS POTENCIALES

A partir de los atributos que confieren actualidad y potencialidad a las condiciones y los atributos del territorio de Olavarría para la puesta en valor y en desarrollo de la actividad turística, se plantean los productos turísticos de conformación y promoción viable:

- turismo urbano y cultural
- turismo natural y rural
- turismo productivo e industrial
- turismo de acontecimientos programados
- turismo de actividades recreativas

Advertencia: cabe señalar que la identificación de productos y la apreciación de su viabilidad, respecto de Olavarría, se realiza en el contexto de la aptitud receptiva del interior de la Provincia de Buenos Aires y de la disposición emisiva regional y del área metropolitana de Buenos Aires.

1. del turismo urbano y cultural

Si bien la naturaleza ha resultado prodiga en el territorio del Partido de Olavarría, las condiciones urbanas de Olavarría, producto de la comunidad constituye un recurso diferencial en el contexto de la región, resultado de una cultura centrada en la producción y el trabajo.

1.1. turismo urbano

la nodalidad del centro urbano

El turismo urbano reivindica *el uso de la ciudad como espacio de integración de productos turísticos responde de hecho al interés creciente de la población por las cuestiones culturales y a la intensificación de prácticas de uso múltiple del espacio* (J. F. Vera *Análisis territorial del turismo*) beneficiario del miniturismo, en tanto se sustente en la actividad y la calidad del ámbito urbano y se incentive el interés por la singularidad del entorno.

El turismo puede instalarse en centros urbanos y, en función de su potencialidad, constituirse en alternativa de localización de turistas aún con motivaciones turísticas y destinos turísticos diferentes, locales o regionales, en tanto el centro que le provee de portal de acceso al territorio, base de itinerarios regionales, o de escala necesaria de trayectos provinciales.

Más allá de la posibilidad de constituirse en motivación y destino en sí, que resulta de su atracción y amenidad, el centro puede ser lugar y ocasión de escala o de breve estadía que puede tornarse necesaria atento a su ubicación propicia y su magnitud poblacional.

El turismo urbano puede permitir a la localidad el beneficio del empleo y la renta a los residentes y el sostén de equipamientos culturales y recreativos, además de generar condiciones de identidad para reuniones y/o convocatorias diversas.

Resulta obvio consignar que para promover la afluencia de visitantes y turistas no es suficiente la presencia de recursos y servicios sino que es menester crear condiciones apropiadas para generar y difundir las utilidades o beneficios funcionales, significativos y vivenciales, de su existencia.

Constituyen condiciones apropiadas:

- el equipamiento y los servicios de transporte, de alojamiento, de restauración y de recreación, que ha de proveer el sector privado,

- la infraestructura y el equipamiento y los servicios urbanos que le doten accesibilidad, conectividad y espacialidad, que ha de garantizar el sector público

- la promoción y difusión de marca, imagen y atributos, que ha de resultar de la cooperación entre lo público y lo privado,

- la acción y la expresión, producto de la creatividad de las comunidades que integran la sociedad.

En el Partido de Olavarría, la ciudad de Olavarría y la localidad de Sierras Bayas, a diferente escala poblacional y nivel urbano, disponen de recursos, apreciables en sí, en relación a su entorno y en la diferencia, que pueden constituirse en atracción y/o en interés, mas allá de constatar que únicamente Olavarría esta en condiciones de ofrecer servicios apropiados para alojamiento y restauración del visitante y del turista y servicios y espacios adecuados a realización de reuniones y eventos.

A propósito de Olavarría es oportuno reconocer que su estructura urbana es regular y legible, se percibe limpia y ordenada, su espacio abierto es generoso y su

espacio edificado es apreciable, dispone de un área central y de un micro centro con entidad cívica y comercial y en su proximidad dispone del arroyo cuyo cauce y espacio verde adyacente vertebró el área recreativa.

Sin embargo, en relación al escenario y paisaje que conforma el área urbana de la ciudad de Olavarría, cabe señalar que

- . aunque al visitante impacta, por exceso, la amplitud de las avenidas y de las calles, también impacta, por defecto, la carencia relativa de forestación urbana, percepción que induce impresión de ciudad vacía.

- . aunque se aprecia el límite, voluntario o deliberado, de la publicidad comercial en espacios públicos, también se observa una ausencia de señalización de lugares significativos, más allá de la nomenclatura urbana.

- . aunque se observan obras arquitectónicas de interés, construidas en diferentes momentos, expresión de estilos diversos, podría resultar oportuno inducir y estimular su valorización y en ciertos casos su puesta en condiciones

Reconocer la potencialidad turística de lo urbano no es suficiente como tampoco lo es la difusión encarada por el Municipio en Olavarría y a través de su Delegación en Sierras Bayas.

Convocar afluencia de turismo urbano supone:

- . buscar el potencial visitante y el potencial turista en su lugar de residencia habitual, sea en función recreacional en las localidades ubicadas a una distancia máxima de 150 kms. o en función turística en el área metropolitana,

- . persuadirle del traslado, a través de una inteligente difusión y promoción, no necesariamente publicitaria, cuya clave radica en la comunicación y donde el mayor rédito se obtiene cuando se produce *persona a persona*,

- . señalar el itinerario y *escenografiar* el paisaje, entendiendo por tal cuidar la imagen del espacio urbano y rural adyacente e indicar y calificar el objeto, el espacio o la actividad que merecen acreditarse y apreciarse, esto es ordenar y cuidar la escena donde se desenvuelve el visitante y el turista.

La tarea de ordenar y cuidar y de calificar y señalar no supone acciones y/o inversiones desmesuradas sino la acción mínima suficiente para inducir su conocimiento y apreciación.

Observando las condiciones para realizar itinerarios y desarrollar actividades, se requiere funcionalizar lo existente a un uso y goce posibles, atento el relativo poco tiempo para pasear y algún tiempo que dispone una persona ajena al lugar para recrearse.

En síntesis, la ciudad permite interpretar en sus testimonios el transcurso del tiempo y en sus espacios públicos la calidad de vida social, además de constituirse en oportunidad de comprar bienes y consumir servicios de ocio recreativo, sin perjuicio del turismo de reuniones y congresos a escala de su aptitud.

1.2. turismo cultural

una cultura de confluencias

En tanto el turismo urbano radica en el interés que genera la obra colectiva de la sociedad, el turismo cultural le es constitutivo y radica primordialmente en estimular la interacción entre gentes de diferentes ámbitos culturales - en el caso de Olavarría, entre su gente y aquellas procedentes de la región y del área metropolitana - que supone instancias de contacto e intercambio entre sí y la apreciación de la producción y la obra de la comunidad local.

El turismo cultural supone considerar actividades que se sustentan en el espacio urbano y territorial de Olavarría y que reivindican la singularidad cultural de su patrimonio tangible e intangible, atribuible a su origen, su devenir y su actualidad, atribuible al modo de ser del olavarriense, y a aquella que se aprecia en la modalidad de producción más relevante (extracción e industria) y en las opciones creativas de su comunidad (artes, artesanías, etc).

La cultura como objeto de interés turístico tiene en diversas localidades de Olavarría entidad susceptible de valoración por el visitante y el turista, el testimonio de:

- . la cultura productiva, en Sierras Bayas y Villa Fortabat en relación al proceso de extracción y transformación,
- . la cultura originaria, en Colonia San Miguel, Colonia Hinojo y Colonia Nuevas, en relación al proceso de la colonización.

La primacía por contexto radica en Sierras Bayas, con su singular Museo y Archivo Histórico y Minero, y en diferente gradación Colonia Hinojo y Colonia San Miguel.

1.3. turismo, migración y colonia

la perdurable cultura originaria

Olavarría resultó centro de atracción de inmigrantes de muy diferentes procedencias que conformaron la comunidad actual, constituyeron el recurso de la producción, se asentaron en las diversas localidades y construyeron la ciudad.

La concurrencia y presencia de inmigrantes de las diferentes colectividades europeas produjo un proceso gradual de integración carente de conflictos significativos, aunque en ciertos casos a un ritmo más pausado casi al tiempo de una generación, tal el caso de los alemanes del Volga, de cuya cultura todavía hoy dan cuenta el asentamiento de las colonias y las prácticas cotidianas.

La presencia de testimonios de la singular colonización de alemanes del Volga en territorio del partido de Olavarría se aprecia en Colonia Hinojo, Colonia San Miguel y Colonia Nievas. En las colonias se aprecia la singular disposición urbanística originaria, se observan testimonios arquitectónicos fundacionales y es factible acceder a museos que procuran transferir imágenes del origen de la colectividad y de la localidad, cuyo casi excluyente y rescatable valor testimonial y antropológico resulta de interés turístico limitado.

La puesta en consideración turística - recreacional del aporte de los alemanes del Volga puede plantearse en dos dimensiones, con diferentes posibilidades: a partir de los lugares, en función del paisaje de los asentamientos o a partir de los aconteceres, en función de las festividades.

El enfoque de la valoración turística no permite prever suficiente atraktividad al asentamiento, en las condiciones actuales, con prescindencia de la expresión colectiva constituida por la fiesta de la colectividad, aunque en el caso de Colonia San Miguel cabe admitir cierta aptitud recreacional por la disposición de balneario en las márgenes del arroyo Nievas.

La *Fiesta Nacional de los Alemanes del Volga* en la localidad de Colonia Hinojo que se realiza en el mes de febrero adquiere significación social y convocatoria recreacional, de alcance regional y susceptible de generar afluencia de descendientes de inmigrantes de dicha procedencia de otros lugares del país.

De la cultura originaria y de aportes inmigratorios dan cuenta los yacimientos arqueológicos de acceso restringido y los museos y las recurrentes actividades de las colectividades.

En tal sentido, la Semana del Inmigrante que se realiza en el mes de septiembre, en tanto remite a presencias que se multiplican en el territorio, adquieren relevante sentido para la comunidad olavarriense, aunque resulte limitada a una convocatoria recreacional.

La puesta en consideración de la cultura originaria como producto turístico, en función de migración y colonia, no obstante su alcance limitado, en relación a las colectividades involucradas, implica:

- . definir la singularidad de los aportes migratorios y de las colonias
- . programar la actividad de colectividades
- . conferir proyección la festividad de alemanes del Volga
- . reivindicar la festividad de los inmigrantes
- . adecuar trayectos posibles de circuitos de reconocimiento

2. turismo productivo: industrial y artesanal

2.1. turismo e industria

la producción deliberada, colectiva y centrada

La opción comprende e inscribe la consideración del parque minero, conformado por las canteras y los establecimientos de transformación, del establecimiento L'Amali en su significativa innovación tecnológica, del parque industrial y tecnológico urbano, conformado por las industrias de cerámicos y mosaicos, además de los establecimientos de formación técnica.

La disposición y cooperación de los establecimientos, atendiendo al beneficio recíproco de la promoción, es condición necesaria a su puesta en valor y en acceso, ya que su mera existencia y difusión es insuficiente, en tanto es menester disponer de condiciones mínimas de acondicionamiento y señalización de sitios e itinerarios y plantear alternativas u oportunidades de acceso y visita.

El parque minero, de extracción y producción en un contexto natural, en el paisaje de los establecimientos tradicionales o en el paisaje del establecimiento de innovación (L'Amali), expresiones del devenir del lejano picapedrero a la tecnología más reciente, constituye un recurso singular y diferente en el territorio provincial, cuyas posibles objeciones ambientales se atenúan ante la significación de su producción en la construcción del país y se atemperan ante la innovación tecnológica más actual.

A modo de *parque temático* de la producción pueden integrarse los establecimientos y las localidades que crecieron al amparo de la extracción y la transformación, en la modalidad más espontánea de Sierras Bayas y en la modalidad más ordenada de Loma Negra.

Los lugares de dichas localidades que testimonian otros tiempos, explican su devenir y dan cuenta de los diferentes procesos de producción, así como aquellos que exponen testimonios, constituyen mojones y nodos de itinerarios de interés turístico, algunos ya incluidos en circuitos difundidos.

En la medida de su valorización y gradual puesta en turismo resulta de interés estimular y promover en cada localidad afectada al programa de parque temático de la producción, escalas para el refrigerio y para exposición y eventual venta de objetos de interés y/o souvenirs.

En rigor, ya se han identificado y difundido circuitos *turísticos*, en relación a las canteras y a las sierras, con tramos coincidentes, tales

camino de los picapedreros a Sierras Chicas y colonias alemanas)
explorando las sierras (circuito turístico serrano)

cuyo problema radica en las condiciones del trayecto, la carencia de señalización de sitios y paisajes, el tiempo que insume su realización sin mediar instancias y lugares definidos de contemplación y de escala, actividad y/o refrigerio.

La puesta en consideración del parque temático de producción trasciende la presentación y difusión de circuitos turísticos e Implica:

- . definir el parque temático
- . adecuar trayectos posibles
- . convenir con empresas
- . integrar localidades
- . programar itinerarios factibles
- . proyectar oportunidad de visitas posibles

2.2. turismo e innovación tecnológica

el establecimiento L'Amali

Dentro de la consideración del producto turístico relacionado a la producción y la industria cobra singular significación la puesta en actividad del establecimiento L'Amali de la empresa Loma Negra.

El establecimiento supuso una inversión de u\$ 235 millones en instalaciones realizadas en un lapso de treinta meses que permite a la empresa alcanzar una significativa producción de clinker y de cemento, a partir de una innovación tecnológica en las fases de trituración, molino, calcinación, molienda y despacho de un proceso de producción controlado, de elevada productividad y de bajo impacto ambiental.

El establecimiento integra el conjunto productivo de Loma Negra en Olavarría y se conecta con el Yacimiento La Pampita, la Planta Hazemag y la Fábrica Loma Negra.

La innovación tecnológica y el impacto paisajístico del establecimiento, sensiblemente diferente de los establecimientos tradicionales, permite atribuirle una atraktividad susceptible de evaluar a partir de su puesta en funcionamiento que puede constituirle en un recurso de interés turístico especializado por su tecnología y de connotaciones más amplias por la disposición funcional y la escenografía paisajística.

Al margen del interés empresarial y tecnológico y por tanto la probable presencia de empresarios y especialistas en Olavarría para conocer el establecimiento, se estima que su entidad y significación en el lugar le ha de conferir atraktividad e interés para personas de diferente procedencia y pertenencia.

Más allá del efecto restrictivo en el empleo producto de la innovación tecnológica, no cabe duda la condición de competitividad alcanzada y el relevante incremento en la producción, ha de inducir a la empresa a incluir el establecimiento entre las opciones de interés turístico en las dimensiones indicadas: la tecnología y el paisaje de la producción, en las condiciones apropiadas a la gestión y producción en el complejo.

En reunión y en comunicación a nivel gerencial, realizadas al efecto, se ha constatado la disposición de la empresa Loma Negra de contemplar tal posibilidad en opciones de apreciación paisajística y de apreciación productiva de diferente implicancia funcional. Sin perjuicio de tales opciones probables, cabe señalar que la apertura del establecimiento a actividades de finalidades educativas, a nivel técnico y universitario, se inscribe en una modalidad adoptada por la empresa.

Además, en tal reunión y comunicación, se nos ha informado de proyectos que contemplan el *cierre* de canteras gradualmente fuera de actividad de acuerdo a las normas vigentes contemplando alternativas de destino socio cultural.

En conclusión, de acuerdo a lo informado y considerado, se estima que podrán convenirse entre empresa y Municipio las condiciones de las opciones de apreciación

turística (paisajística y/o productiva), a partir de la evaluación de la puesta en actividad del establecimiento.

2.3. turismo y artesanía

la producción espontánea, individual y dispersa

La opción inscribe la consideración de muy diversas artesanías que pueden ser objeto de apreciación y/o de consumo, realizadas a escala individual en lugares diseminados en Olavarría, que en sí permite disponer de productos originales de interés turístico, cuanto de talleres artesanales, pequeños y austeros con frecuencia integrados a la vivienda, que en condiciones adecuadas y oportunidades programadas pudieren ser objeto de visita, confiriendo viabilidad a circuitos ya concebidos.

En rigor, ya se han identificado artesanos cuya producción se estima de interés *turístico* cuyo problema actual radica en la dificultad de atender la demanda de compra y/o de visita y en la ausencia de un ámbito de uso periódico destinado a satisfacer tal expectativa habitual en el visitante y el turista.

En tal sentido, el número y la diversidad de artesanos y productos, atento a acciones tendientes a su articulación e integración emprendidas por el Municipio, permiten prever y propiciar la creación de un ámbito de exposición y venta periódica, obviamente a escala del límite de producción que le confiere su condición de artesanía.

Todavía renuentes a recibir turistas en su taller y/u ofrecer productos a una exposición periódica, por modalidad del artesano y escala de la producción, la disposición municipal de articular e integrar y la expectativa atribuible a su consideración de micro emprendimientos, susceptibles de estímulo y apoyo permite preveer resultados a breve plazo.

La puesta en consideración del parque artesanal trasciende la presentación y difusión de circuitos turísticos e Implica:

- . definir el parque artesanal
- . concebir trayectos posibles
- . convenir con artesanos
- . programar ámbito de exposición y venta
- . acreditar origen y calidad de los objetos
- . proyectar oportunidad de visitas posibles

3. Turismo natural y rural

Las condiciones naturales y las actividades rurales del Partido de Olavarría permiten advertir la potencialidad en relación al desarrollo de actividades turísticas, de apreciación y de actuación en el territorio.

3.1. turismo natural

de llanos y sierras, de arroyos y lagunas

El turismo natural comprende las alternativas que se relacionan con el goce sensible y vivencial de los ámbitos naturales o donde la eventual presencia del ser humano no se ha traducido en acciones perdurables ni que impliquen impacto ambiental.

No obstante tratarse de un territorio de producción agrícola, ganadera, extractiva e industrial, es posible identificar espacios donde el medio natural perdura sin alteraciones significativas en los llanos y las sierras, entorno a los arroyos y las lagunas, donde todavía es posible rescatar ámbitos y paisajes donde prima la naturaleza.

La inclusión de dichos ámbitos en parcelas del dominio privado restringe el acceso y por tanto la posible vivencia inmediata, condición que por otra parte permite su persistencia en condiciones naturales, susceptibles de limitadas presencias y objeto de contemplación paisajística y de observación de flora y fauna, mediando apertura de los titulares del dominio, posibilidad actualmente restringida.

No obstante, la vivencia en condiciones próximas a las naturales suelen darse en áreas adyacentes a ciertos caminos y en las márgenes de arroyos y lagunas que hacen propicia la estancia en lapsos o estadías breves en reducido grupo de familia o de amistad.

La eventual opción de turismo natural, en tanto limitada actividad programada, no se presenta en el territorio de Olavarría, al menos en condiciones que hayan trascendido de alguna eventual oportunidad privada, y se considera que en lo inmediato sólo es probable a partir del turismo en estancias, incluyentes de áreas naturales.

De ciertas opciones accesibles de turismo natural o en entorno natural dan cuenta el turismo de actividades recreativas de aventura que se plantea en el apartado pertinente.

3.2. turismo rural

la tradición y la producción

El turismo rural comprende las opciones que plantea el entorno rural de Olavarría a través del acceso a establecimientos a fin de apreciar los atributos del ambiente y de la actividad.

El turismo rural en nuestro medio trasciende e incluye la opción del turismo de estancias, en la medida en que contempla la opción de acceder a establecimientos rurales de diferentes características, atribuibles a su asentamiento, su actividad, su producción, su historia y su paisaje, que cuando concurren en un establecimiento le confieren un destacable valor de atracción y amenidad.

La modalidad de turismo rural no requiere necesariamente del alojamiento in situ sino que puede implementarse a partir de alojarse en establecimientos hoteleros de la localidad de Olavarría, en tanto que el turismo de estancias opera a partir de la residencia en el lugar, condición que restringe la transferencia de beneficios a la comunidad.

El desarrollo de turismo rural en el Partido de Olavarría actualmente carece de opciones atento la incipiente afluencia de interés turístico, la ausencia de apertura de los establecimientos a la modalidad y por tanto de entidad de la modalidad, pese a su potencial interés.

3.3. el turismo de estancias *el paisaje y la actividad*

El turismo de estancias presenta opciones en relación a ciertos e identificables establecimientos que proponen estadías breves con atención personalizada, servicios apropiados y a pequeña escala, para contemplar y/o realizar actividades relacionadas al entorno natural y rural adyacente al casco o lugar de residencia.

De los establecimientos que prestan el servicio y difunden su actividad en referencia a Olavarría cabe señalar La Isolina, El Arrejón e Icacuará, sin perjuicio del interés potencial que cabría conferir al establecimiento San Jacinto, actualmente inaccesible, en consideración a su aptitud productiva, prescindiendo considerar modalidades espontáneas y privadas de caza y de pesca en ciertos establecimientos.

en síntesis

Resulta obvio que la opción del turismo de estancia esta limitada por la capacidad locacional de los establecimientos afectados al turismo, en tanto el turismo rural en sentido amplio esta condicionado por la apertura a la apreciación de paisajes, lugares y actividades de establecimientos en las condiciones y oportunidades previamente convenidas.

4. Turismo de acontecimientos

el beneficio de la centralidad

El turismo de acontecimientos se nutre del turismo generado en eventos (competencias, exposiciones, festivales) y en reuniones (congresos, jornadas, seminarios), a partir del impulso de empresas y/o instituciones locales y del cauce a la aspiración de disponer de espacio y servicios apropiados, planteada por instituciones y/o empresas ajenas al medio local, sustentadas en la receptividad atribuible a la localidad y a su comunidad.

Cualquier acontecimiento programable en el tiempo limita la afluencia de acuerdo a su duración, en función de la capacidad de reunirse y de alojarse en la localidad sede, aunque en el alojamiento pudiere incluir opciones en localidades próximas.

Respecto de acontecimientos convocantes es buen indicador la afluencia y la presencia durante las competencias de automovilismo en la modalidad turismo de carretera, que incluso satura la capacidad de alojarse en Azul, en tanto de las opciones de realización de reuniones (de escala congreso a escala seminario) se tiene limitadas experiencias, no obstante la potencialidad del negocio turístico.

En tal sentido, se considera que Olavarría esta en aptitud de constituirse en lugar destinado a reuniones de muy diverso tipo, en la medida que se acuerde la concurrencia y disponibilidad de espacios susceptibles de afectar a la finalidad, definiendo en consecuencia la magnitud y el tipo de encuentros viables.

En el estudio realizado se acredita la existencia de espacios afectables a la realización de congresos y reuniones y de competencias y ferias, cuyo límite de convocatoria y afluencia radica en la capacidad de alojamiento, en tanto la capacidad de restauración es más amplia y flexible y la capacidad de actividades recreativas diurnas y nocturnas factibles de diversificar y programar, atento establecimientos y clubes de actividad social y recreativa.

4.1. fiestas y ferias

la hospitalidad y la amenidad

En la actualidad el cronograma de *fiestas y conmemoraciones* de la ciudad de Olavarría presenta actividades en todos los meses, excepto junio y octubre. Tales eventos tienen diferentes características y alcances, primordialmente planteados como opciones recreativas para la población local de Olavarría y/o de las localidades del Partido, algunas implican convocatoria a la población regional de Partidos adyacentes, en tanto los menos tienen, o podrían suscitar, un interés más allá de la región inmediata

y en su modalidad generar algún flujo turístico.

Las fiestas potencialmente convocantes podrían ser :

de afluencia específica:

- la fiesta del camping (en enero. Colonia San Miguel)
- la fiesta de los alemanes del Volga (en marzo. Colonia Hinojo)

de afluencia genérica:

- la semana del inmigrante (en septiembre Olavarría)
- la semana de la tradición (en noviembre Olavarría)
- el mes de la cultura olavarriense (septiembre en Olavarría)

Sin perjuicio del calendario actual, concebido primordialmente para recreación del olavarriense, cabría concebir una agenda de acontecimientos destinados a visitantes y turistas, sustentados en la presencia de la comunidad, partiendo de conferir entidad y convocatoria a cada uno de los fines de semana largos, asumiendo la condición de destino alternativo de flujos de miniturismo para el área metropolitana y centros urbanos de cierta magnitud en Provincia de Buenos Aires. La diferencia de la afluencia, específica o genérica, radica en la entidad que se le confiere a cada acontecimiento y la convocatoria que se plantea.

De las ferias cabe rescatar la trascendencia de la Feria Anual Agrícola Ganadera Comercial e Industrial que se realiza en el predio ferial de Olavarría en dos fines de semana del mes de octubre, con singular relevancia y alcance de la exposición comercial e industrial.

La puesta en agenda de acontecimientos programados, trasciende el calendario tradicional y requiere de una concepción integral que contemple las oportunidades miniturística que propone el almanaque y la programación ponderada del alcance y promoción de cada una de las diferentes convocatorias.

Tal tarea implica:

- . asumir la agenda de fines de semana largos
- . proponer la identificación de cada fin de semana
- . programar la actividad convocante y las opciones asociables
- . convocar a los operadores turísticos a proponer y adherir
- . considerar la persuasión 2 x 3 (consume 3 abona 2)

. promover la agenda y cada una de las oportunidades previstas

4.2. reuniones y congresos

la oportunidad y el lugar apropiados

En la actualidad se observa que Olavarría es sede esporádica de algunas reuniones, producto de la actividad de ciertas instituciones, en función de convocatorias específicas, tales como encuentros relacionados a ciertos temas de salud a partir de la acción y gestión del área pertinente del Hospital.

La constatación de la afluencia generada y de la satisfacción producida por la estadía en Olavarría, al margen del obviamente necesario interés del tema y/o actividad convocante, permite advertir un espacio propicio para la actividad turística.

La definición de los recursos necesarios disponibles para la realización de reuniones y la acreditación de condiciones y atributos de Olavarría para dar respuesta simultánea a la eficiente realización de reuniones y a una placentera estadía en el lugar permitiría informar de tal posibilidad a las diferentes instituciones y empresas, en particular a aquellas de inserción en instancias provincial y nacional.

En consecuencia, la Municipalidad a través de un *bureau*, con participación privada, deberá preveer con antelación y proponer en oportunidad a Olavarría como sede de congresos y reuniones, cuya magnitud y modalidad pudiere asumirse con los recursos afectables.

En rigor, se trata de construir un cronograma de oportunidades deseables, congruente y compatible con el cronograma comprometido con acontecimientos festivos o deportivos, primordialmente de alcance regional y provincial, en función de la ventaja comparativa que le confiere su centralidad territorial y su calidad urbana, y de las ventajas competitivas que surjan del interés de los operadores en canalizar la capacidad ociosa de fines de semana ampliables por inclusión del viernes o lunes inmediatos.

Las reuniones, su alcance y su oportunidad, debiera resultar de convocar a las instituciones sociales, culturales, profesionales y universitarias a evaluar la posibilidad de tener en su horizonte de gestión la posibilidad de proponer a Olavarría como sede de congresos y reuniones, cuya finalidad primordial y especial permita satisfacer la finalidad asociada y social de instalar a Olavarría como sede posible y factible, en la certeza de disponer de condiciones persuasivas de los operadores y el necesario auspicio del Municipio.

Tal tarea implica

- . plantear a los operadores la potencialidad de Olavarría sede
- . convocar a las instituciones con inserción provincial y nacional
- . asumir la agenda de fines de semana del lapso abril - noviembre
- . plantear las condiciones y posibilidades de operadores e instituciones
- . considerar las alternativas persuasivas para realización de reuniones
- . promover la agenda y cada una de las oportunidades previstas

4.3. competencias deportivas y espectáculos artísticos

Las actividades relacionadas al deporte y al arte, en sus diversas expresiones, que implican acontecimientos convocantes tiene una incidencia social y económicamente benéfica cuando se trata de una localidad de las condiciones de Olavarría.

El rol que asumen instituciones y empresas respecto de tales actividades encauzan actividades muy diversas que, además de satisfacer aspiraciones e inquietudes de los olavarrienses, generan afluencias de diferentes procedencia y magnitud.

Del alcance de las competencias dan cuenta la convocatoria de las que conciernen al automovilismo, al basketbol y al golf con afluencias de diferente amplitud y conformación (estratos etéreos, niveles socio - económicos y pautas socio - culturales) que, en la medida que trascienden la jornada, demandan diferentes servicios e implican gastos de magnitud, de significativo aporte a la localidad, sin perjuicio del rédito de la promoción que supone la difusión mediática de cada actividad.

Las actividades deportivas referidas, sin excluir otras actividades posibles, resultado de la acción de instituciones, sin obviar el aporte municipal, permite inferir el alcance posible de convocatorias de tal tipo, en función de la destacable accesibilidad regional y provincial de Olavarría.

El alcance de las actividades y espectáculos artísticos, es mas acotado y, en la actualidad, no trasciende la afluencia regional. Sin perjuicio de aquellas actividades que se inscriben y consideran en relación al turismo cultural y a fiestas y ferias, la programación de actividades y espectáculos en series de secuencia programada, constituye un producto recreativo complementario a los distintos productos concebidos.

El desafío de integrar competencias y actividades implica:

- . plantear a la dirigencia institucional el beneficio de la articulación

- . convocar a las instituciones y a las empresas en operación
- . definir una agenda de actividades definidas y definibles
- . plantear las condiciones y posibilidades de operadores e instituciones
- . considerar alternativas de actividades complementarias
- . promover la agenda y cada una de las actividades programadas

5. turismo de actividades recreativas

Las diferentes actividades recreativas que motivan el despliegue físico, sensible y cultural de las personas constituyen un ámbito de convocatoria en función de los espacios y las ocasiones planteadas de modo de garantizar la diversidad de aspiraciones, motivaciones y expectativas.

De tales opciones, planteadas en el informe al referirse a actividades deportivas y recreativas al aire libre, resultan algunas que adquieren relevante o cierta significación.

5. 1. pesca y camping en laguna

El alcance de la actividad de pesca en lagunas en la Provincia de Buenos Aires implica la afición del 18/20 % de la población masculina supone la actividad de más de cuatrocientos clubes de pesca entre Capital y Provincia y genera un gasto promedio anual per cápita significativo de acuerdo a información del área provincial de pesca deportiva.

En el caso del Municipio de Olavarría la disponibilidad de las lagunas de Blanca Chica (de empresa privada) y de Blanca Grande (del Club de Pesca) propone alternativas de interés en función de pesca de orilla y de embarque, en condiciones aceptables de equipamiento y servicios.

En tal sentido la conjunción de pesca y camping confiere autonomía relativa a ambos emprendimientos respecto de la localidad de Olavarría, sin embargo tanto la empresa cuanto el club referencian sus actividades y adquieren sus provisiones en Olavarría, de modo que la promoción y en consecuencia el incremento de la actividad transfieren beneficios al Municipio.

Las diferentes opciones apreciadas permiten acreditar satisfacción de los usuarios actuales y potencialidad en relación a los diferenciados mercados que se atribuyen las lagunas mencionadas, considerando la amplitud de ambas lagunas en relación a sus respectivos segmentos de demanda.

5.2. aventura en espacio natural

Las prácticas de aventura en espacio natural comprende una diversidad de actividades de que se da cuenta en el Informe y que suponen diferentes usuarios y servicios para su más pleno ejercicio.

De las actividades en medio natural que actualmente se plantean, por tanto susceptibles de estímulo e incremento se destacan: observación de flora y fauna, treking, mountain bike, escalada, parapente, canotaje, wind surf, en tanto en medio natural y rural se realizan senderismo y cabalgata.

Aunque dichas actividades concitan el interés creciente de los jóvenes todavía no alcanzan un desarrollo que para Olavarría pudiere implicar un devenir significativo, atento a que no se dispone de mediadores u operadores que se ocupen de canalizar la acotada fracción de usuarios en destinos no acreditados.

V. PUESTA EN EL MERCADO

1. Comercialización del producto y puesta en mercado

Dentro de las acciones de cooperación entre el sector público y privado la tarea de promoción y de comercialización se presentan asociadas y constitutivas de un necesario plan de puesta en mercado.

Tal puesta supone la instancia de concertación intersectorial, auspiciada por el sector público y realizada por el sector privado, de productos turísticos a promover y de precios de comercialización que permita competir en los mercados propicios apelando a los mecanismos que induzcan la concreción de adquisición del producto, es decir de convenir el usufructo de los servicios planteados.

Las opciones de comercialización susceptibles de formular por los prestadores de servicios no tan solo supone un mecanismo de mercado sino de un proceso de conjunción de recursos, atractivos y servicios, en función de una mejor respuesta a las aspiraciones y expectativas de la demanda objeto de consideración, a propósito del producto global, aquel conformado por el básico convocante y los alternos complementarios.

Cuando de producto global se trata, conformación ad-hoc (producto básico - productos complementarios), es pertinente su adecuación a nivel recreacional (en función de consumo de jornada) y a nivel mini-turístico (en función de consumo de estadía

breve), sin perjuicio del nivel turístico especializado menos probable pero no por ello inviable.

La actual desconexión de atractivos y servicios y de desarticulación de servicios entre sí, visto la ausencia de programas integrados, constituye un primer obstáculo a superar para plantear instancias de comercialización que permitan superar la espontaneidad de la concurrencia oferta - demanda y alcanzar modos de creciente interacción, donde el sector público en ausencia de agencia receptiva, deberá cubrir roles que gradualmente y en función de su desarrollo ha de asumir el sector privado exclusivamente.

Alcanzar la meta de valorización y desarrollo supone promover los diferentes programas alternativos que, se sustenten en el producto global asumiendo aquellos productos que se estimen pertinentes, mediante la acción pública y privada de modo organizado y coordinando el uso y goce de los recursos disponibles y afectables a cada producto global concebido, programado y promovido.

Si el producto global adquiere sentido, la agenda integrada de actividades lo potencia, en tanto permite integrar residentes, visitantes y turistas en oportunidades convocantes que además de satisfacer utilidades esperadas por los destinatarios y los usuarios permiten disponer de acontecimientos periódicos susceptibles de difusión, persuasión de la calidad convocante de Olavarría.

La presencia del residente local y regional induce, a través de la difusión y la promoción, la expectativa del mini-turista potencial susceptibles de canalizar mediante modalidades incipientes de información y comercialización, en principio a través de la presencia de la acción municipal y más adelante a partir del rol receptivo de agencias actualmente solo operativas en el rol emisor.

La eficiencia de la comercialización radica en apelar a la presencia de Olavarría ante las empresas de transporte, las agencias del área metropolitana que operan en programas de mini - turismo, las acciones promocionales de las tarjetas de crédito y consumo, la presencia promocional en internet de empresas de servicios, la adopción de medios de información y reserva automática.

La comercialización eficiente supone además la generación de relaciones con entidades intermedias de gestión del tiempo libre y de las diversas actividades recreativas, la amplia y diversificada tarea de difusión y relación con los medios de comunicación a propósito del producto global y productos específicos alternos, la interacción vinculante con centros urbanos de aptitud emisiva y receptiva en función de intercambio, etc.

2. Condiciones y requisitos de la estrategia de mercado

Las actividades de promoción y de comercialización requieren de una estrategia de mercado que permita instalar a Olavarría en el contexto de las ciudades más dinámicas de la Provincia de Buenos Aires y, a su escala, de las ciudades similares de Argentina.

Ubicar a Olavarría en tal contexto supone beneficiarse de la relación con las localidades del área de influencia inmediata (en particular Azul), reivindicar la relación privilegiada con las localidades de la Provincia de similar irradiación (Tandil, Pergamino, Junín), procurar el intercambio con las localidades de rango mayor de la Provincia (La Plata, Mar del Plata, Bahía Blanca).

Instalarse en el mercado a través del intercambio preferencial con las localidades mencionadas, implica asumir que la emisión de visitantes turistas esta en relación con la magnitud poblacional, incluyente de una proporción de gente en condiciones de recrearse y hacer turismo, y de la dinámica socio cultural de su comunidad, sin perjuicio de la persuasión o la disuasión que pueda introducir la calidad del atractivo y la distancia/tiempo de traslado.

En tal sentido la estrategia de mercado alcanzará los resultados apetecibles cuando los habitantes de Olavarría y las empresas e instituciones deriven satisfacción de su comunidad y los turistas y visitantes, agentes e inversores, satisfagan sus expectativas.

El resultado se alcanza cuando media satisfacción de los usuarios y consumidores actuales y potenciales de los recursos y los servicios puestos a su alcance, cuando se garantiza amplia accesibilidad a los productos proclamados y a los servicios promovidos, cuando los destinatarios de actividades y servicios planteados son conscientes de las utilidades percibidas.

De mediar convicción y congruencia en la puesta en consideración recreacional y turística de Olavarría, a través de una eficiente interacción pública y privada, la tarea realizada ha de redituarse en el sostén de la calidad de vida de sus habitantes y en la afluencia de residentes, de inversiones y de negocios ajenos a la actividad considerada.

La eficiencia se alcanza a través de la preciada imagen transferida, la atrayente calidad de las condiciones y los recursos, la disponibilidad de infraestructura suficiente, la disposición permeable y receptiva de su gente.

En tal sentido, los oferentes del lugar que exceden los prestadores de servicios turísticos son los diferentes actores sociales. Actores del sector público (políticos, funcionarios y administradores), del sector privado (agentes de servicios urbanos, empresarios y operadores), actores regionales y nacionales (de las diversas áreas competentes), sin omitir el rol sustantivo de los actores de la sociedad civil (familias, grupos afines, entidades).

Resulta oportuno consignar que, aunque dicha tarea se plantea en función de la recreación y del turismo, el enfoque y el alcance de las actividades a desarrollar no se agotan en mercados específicos de escala regional o nacional sino que trascienden los límites de la especificidad y contribuyen a instalar a Olavarría en relación a los diferentes mercados de oportunidades, bienes y servicios que este en condiciones de satisfacer a partir de las condiciones y de los atributos disponibles.

VI. GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

A partir del estado actual de la gestión turística del Municipio y de la disposición del sector privado involucrado en las diferentes actividades y de servicios, en la finalidad de acceder a una fase de puesta en valor de la opción turístico recreacional para Olavarría y de gradual desarrollo de las potencialidades apreciadas, se identifican las funciones que el Municipio debiera afrontar en el futuro, con la gradual y creciente participación del sector privado.

1. la unidad de gestión pública

Las diferentes funciones del sector público de turismo y recreación a nivel municipal resultan de la condición del Partido de Olavarría, incluye las funciones atribuibles a las delegaciones de las localidades con interés turístico, sin perjuicio del espacio propio que le compete a cada una.

La unidad municipal de turismo de Olavarría, la actual Dirección Municipal de Turismo, requiere cubrir una diversidad de funciones en consideración a las actividades actuales y a las actividades potenciales, inscriptas en una estrategia de puesta en valor y en desarrollo de sus recursos.

2. el producto global y los productos alternos

Al respecto, se torna necesaria la concepción de un producto global Olavarría conformado por los diversos productos turísticos alternos, diferenciados según sea el

producto considerado básico y los productos considerados complementarios de aquel.

El producto global Olavarría se integra con los productos:

- . turismo urbano y cultural
- . turismo de producción e industrial
- . turismo natural y rural
- . turismo de acontecimientos
- . turismo de actividades recreativas

Cada uno de los productos consignados, se constituye en básico y los restantes se constituyen en complementarios, según el rol que se le atribuya en las opciones que en definitiva resulten objeto de promoción prioritaria, en consenso sector público - sector privado involucrados en la actividad.

Cuando el turismo urbano y cultural se constituye en el producto básico, los turismos de producción e industrial, natural y rural y los restantes turismos se constituyen en productos complementarios. Cuando, por ejemplo, el turismo de actividades reivindica el golf y se constituye en producto básico, los turismos urbano y cultural, de producción e industrial y los restantes turismos se tornan productos complementarios. La identificación de un producto global Olavarría de las características planteadas radica en la imposibilidad de atribuir a un producto único la atrayente aptitud suficiente para convocar al turista, en la actualidad sometido a solicitudes y oportunidades diversas y, posiblemente, más atractivas y competitivas en cada uno de los productos identificados en Olavarría aunque, probablemente, carentes de un contexto de diversos productos de cierto interés, en similares condiciones de accesibilidad, a aquellos que puede ofrecer Olavarría.

3. las áreas de gestión turística municipal

Las áreas de gestión turística municipal resultan diferentes según sea la plataforma de sustento y la fase de la actividad, según sea de despegue o de desarrollo por referencia a la situación del sector privado y a la disposición del sector público.

3.1. funciones y actividades en fase de despegue

La identificación de áreas de acción a asumir por el Municipio no implica necesariamente asumirlas por sí sino mediante la modalidad más adecuada y eficiente, al menor costo posible, evitando *institucionalizar* funciones circunstancialmente necesarias o *funcionalizar* acciones susceptibles de realizar mediante la cooperación del sector privado.

Las áreas de acción que es necesario atender sistemáticamente son las siguientes:

información

obtener, sistematizar y transferir información de oferta
obtener, sistematizar y transferir información de demanda
disponer y difundir información de interés turístico-recreacional

Sin perjuicio de reconocer la actividad desarrollada al presente, en la actualidad se dispone de información necesaria y suficiente de la oferta turística (atractivos, equipamientos y servicios), sin embargo su presentación atiende el umbral de concientización del residente, su sistematización no atiende el nivel de persuasión del turista, por tanto es menester sistematizar, ponderar y priorizar la información a difundir al turista potencial en el área de emisión.

facilitación

aplicar las disposiciones relacionadas a la actividad
considerar los conflictos planteados en la interacción del sector
resolver de los problemas suscitados al turista

Sin perjuicio de reconocer la fluida relación del sector público con el sector privado, en la actualidad el sector privado carece del nivel de asociatividad necesario para superar la expresión de inquietudes a escala de una actividad, una empresa turística o recreativa, una específica prestación de servicios.

Por tanto, la disposición de incrementar la actividad en el futuro hace necesaria la consideración y resolución asociada de los problemas que se presentan, en la aspiración de facilitar la actividad turística, teniendo en cuenta que el turista percibe a Olavarría como una unidad de destino y cuya satisfacción es vivencial e integral, sin discriminar el origen del perjuicio o del problema suscitado.

promoción

definir la imagen turística del municipio, atento el estudio pertinente
seleccionar las fracciones del conjunto emisor donde promover
realizar actividades de familiarización y de comercialización
coordinar y participar de acciones asociadas de promoción

La situación pre-turística de Olavarría plantea grados de libertad para definir la imagen turística que enfatice: la accesibilidad y la centralidad (*Olavarría centro de la Provincia*), la calidad urbana y de vida (*Olavarría a nivel del turista*), la diversidad de productos integrables (*Olavarría: los turismo alternos posibles*)

En la actualidad las condiciones incipientes de la actividad limitan las actividades de promoción a la difusión de las actividades que se realizan y a la distribución de la documentación informativa que se dispone, por tanto tales actividades de promoción se restringen a la atención personalizada en la DMT, a la producción de folletería (cuyo análisis se realiza en el apartado respectivo), a la generación de conciencia turística, con prescindencia de los mercados y de la necesaria persuasión y eventual mediación.

Sin embargo, la promoción a realizar requiere de una programación de actividades en relación a la documentación a producir, la difusión de actividades a auspiciar y la gestión de promoción a realizar por la DMT, además de la acción simultánea y congruente de las diferentes áreas municipales que inciden en la formación de imagen y en la prestación de servicios recreativos, culturales y deportivos

estímulo a la inversión

- participar de las estrategias nacional y provincial
- adecuar sus acciones a las políticas
- asistir en la evaluación de los proyectos de inversión
- impulsar la radicación de capital con destino a la actividad

En la actualidad, atento el rol acotado atribuido a la actividad turística privada y a la gestión turística municipal, se observa disociación de intereses público y privado, incipiente relación a nivel regional y provincial y ausencia de políticas de estímulo para el desarrollo del sector.

No obstante, cabría considerar las alternativas que la Secretaría Nacional de Turismo y la Subsecretaría de Turismo de la Provincia procuran generar a través de la generación de líneas crediticias de estímulo a la actividad, sin excluir aquellas líneas específicamente referidas a emprendimientos y a micro, pequeñas y medianas empresas, prevalentes en el sector.

articulación e integración

interacción horizontal - vertical sector público
sector público - sector privado - sector social

De asumirse una política de puesta en valor y en desarrollo de la actividad turística y recreacional ha de procurarse el necesario consenso y la suficiente coordinación en el Municipio, considerando las múltiples implicancias de dicha actividad que hace del territorio paisaje y escenario y de las diversas actividades oportunidad convocante, sin perjuicio de la recíproca y congruente relación con el nivel provincial y nacional.

A nivel local la política de puesta en actividad turística del Partido de Olavarría, implica diversas dimensiones sociales (la sociedad, la cultura, la economía, el ambiente) y por tanto supone disponer de coincidencias entre el sector público, el sector privado y el tercer sector, que generen acuerdos y acciones integradas, compartidas o cuanto menos congruentes, cuya sinergia permita multiplicar las acciones y los efectos benéficos y atenuar eventuales impactos no deseados.

En tal sentido, se considera oportuno promover un proceso de participación y compromiso crecientes de las empresas privadas y de las entidades intermedias involucradas e interesadas en el devenir turístico - recreacional de Olavarría, a través de una secuencia gradual posible a través del tiempo: comisión - consejo - entidad que permita al Municipio tener un ámbito de deliberación y proposición de programas, proyectos y acciones.

3.2. funciones y actividades en fase de desarrollo

El devenir de la actividad turística y recreacional puede plantear la necesidad de asumir funciones y desarrollar actividades acorde al desarrollo alcanzado, en tal sentido es oportuno plantear su identificación y definición, en tanto en la fase de despegue en el caso de estimarse necesarias pueden ser objeto de consideración y atención por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico, del área municipal que se estime pertinente o en relación a institución pública acuerdo mediante.

Por tanto, además de las funciones ya consignadas, afrontar la fase de desarrollo de la actividad supone:

control de servicios

aplicar las normas de control vigentes y de estímulo factibles
actualizar el inventario y registro de servicios turísticos
procesar y/o resolver los problemas suscitados en la prestación

En la actualidad el control de las actividades se realiza en función de requisitos de áreas municipales, ajenas a la actividad turística, por tanto resultaría deseable una supervisión de la prestación de los servicios turísticos privados y una orientación de los servicios públicos de implicancias turística, contemplando acciones de prevención y de estímulo.

capacitación

- evaluar y canalizar las necesidades de capacitación
- participar de los programas de capacitación del ente provincial
- encauzar la capacitación del personal municipal
- difundir la información sobre opciones de capacitación

En la actualidad se realizan actividades de capacitación a través de un programa de reconversión de recursos humanos mediante la realización de talleres organizados por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia.

Compete al área de turismo municipal evaluar la necesidad de capacitación de personal en la prestación de servicios actuales y proyectados para concebir actividades de capacitación a emprender con las empresas del sector

asistencia técnica

- asociarse con otros municipios para afrontar carencias técnicas
- solicitar asistencia a universidades y organismos turísticos

El presente informe es producto de una actividad de asistencia técnica tendiente a considerar y evaluar la situación y la proyección posible del sector turístico, en tal sentido se considera factible persuadir al empresario de los beneficios de obrar asociativamente en aquellas tareas que pudieren resultar de la aspiración compartida de calificar la gestión de los servicios.

Identificadas las actividades y los programas de acción futura, el área de turismo municipal estará en condiciones de plantear aquellas que requieren de asistencia técnica para su mejor y más eficiente desarrollo en cada una de las fases de desarrollo.

4. planificación e investigación

- obtener y procesar datos sobre oferta y demanda turística concebir el plan municipal de desarrollo turístico

asignar recursos para la puesta en curso de acciones sinérgicas
comprometer la acción privada en programas de cooperación

En la actualidad se dispone de un umbral de información respecto de la actividad turística que ampliado a partir de la información obtenida y documentada en el informe, permite identificar las carencias y en consecuencia encarar en cooperación con las empresas del sector estudios de demanda y, de ser necesario, la formulación de programas de acciones específicas.

5. administración de servicios

gestión de servicios turísticos y recreativos específicos

Antes de asumir la administración de servicios turísticos que pudieren resultar necesarias al desarrollo de la actividad deben agotarse las instancias de su realización a partir del sector privado interesable y/o en cooperación con entidades intermedias de Olavarría que eviten al Municipio asumir prestación de servicios.

No obstante, se considera indispensable e inherente a su misión la prestación de servicios de información y promoción de Olavarría, en particular aquellas acciones que remiten a la imagen y la marca Olavarría y a la difusión del producto turístico global Olavarría, incluyente de los productos alternativos

6. recreación

promover actividades recreacionales periódicas convocantes
asistir y coordinar la programación de actividades

El área de turismo no puede estar ausente de la programación de las actividades recreativas, culturales y deportivas que definidas en función de los habitantes del Partido implican oportunidad de generar imagen del Municipio y eventual convocatoria de afluencia regional o acceso al goce y uso de visitantes y turistas

Ciertas actividades tiene en las instituciones privadas la fuerza motriz de alcanzar una trascendencia y ciertas competencias tiene la aptitud convocante de constituir a Olavarría en centro referencial, tales como el automovilismo, el basketbol y el golf, en relación al deporte, que convocan con similar disposición e interés a disímiles segmentos de demanda.

La eventual asignación de espacios públicos a tales fines mediante concesión permitiría, a partir de la asignación pertinente, disponer de recursos para afrontar políticas del área específica y/o del área más incluyente de la producción, de modo tal

de producir acciones de impacto benéfico en el devenir de la actividad.

VII. CONCLUSIONES Y APERTURAS

El propósito explícito de evaluar la factibilidad turística y recreativa de Olavarría se inscripto en la finalidad implícita de agregar valor y potenciar energías tendientes al desarrollo integral, en función de la convocatoria del producto global Olavarría y de productos alternos e incluyentes, requiere de opciones estratégicas.

Las opciones estratégicas de puesta en valor y en desarrollo turístico y recreacional para Olavarría que subyacen a las proposiciones realizadas remiten a las condiciones de atracción, de producción, de gestión, de imagen, de nodalidad y de hospitalidad, su sintética formulación concluye el presente Estudio y abre una instancia de consideración de las proposiciones realizadas..

1. de atracción

La estrategia de atracción se nutre de la existencia y trascendencia de atributos vigentes y atrayentes. Tal como resulta del estudio realizado, Olavarría dispone de atractivos diversos que en sí poseen atributos relativos de atraktividad, respecto de aquella que pudiere caracterizar otras áreas de la región, sin embargo en el interior de la Provincia son limitadas las áreas que tienen el atributo de su conjunción, el potencial de la diversidad en torno a un centro urbano de las calidades sociales y urbanas de Olavarría.

2. de producción

La estrategia de producción se sustenta en la concepción y desarrollo de productos turísticos que integran recursos y servicios en condiciones apropiadas en función de mercados persuadibles, garantizando accesibilidad y competencia, a propósito de ámbitos de negocio turístico tales como el turismo urbano y cultural, natural y rural, productivo e industrial, de acontecimientos y de actividades recreativas.

3. de gestión

La estrategia de gestión se concibe a partir del consenso de los sectores público, privado y tercer sector respecto de la necesidad, oportunidad y modalidad de la puesta en valor y en desarrollo concebidas y adoptables, susceptibles de plantear en fases de un proceso gradual que permita involucrar tanto a los operadores turísticos en su aptitud servicial cuanto a la comunidad residente en su disposición receptiva.

4. de comunicación

La estrategia de comunicación implica una tarea de información y persuasión a partir de la identidad convocante expresada en la imagen de marca Olavarría y mediatizada a través de los diferentes medios y canales, a propósito de las diferentes actividades de difusión y promoción del producto turístico global y de los productos turísticos alternos en condiciones de realización actual y potencial.

5. de nodalidad regional

La estrategia de nodalidad regional resulta de los atributos territoriales y locacionales de Olavarría en la Provincia de Buenos Aires, a partir de la centralidad mediterránea de su ubicación, de la fluida accesibilidad de sus conexiones viales, de la urbanidad de su conformación social, además de la apreciable funcionalidad urbana y disponibilidad de servicios turísticos.

6. de mercado

La estrategia de mercado supone la simultánea canalización de la convocatoria que le confiere su condición subutilizada de centro de escala, que le confieren los flujos que atraviesan la provincia, su condición de centro de recreación, que le confieren las gentes localizadas en su área de influencia, su condición de centro de mini-turismo que pueden conferirle segmentos convocables del área metropolitana y del centro urbano de Mar del Plata, además de nichos de turistas especializados en recursos específicos de Olavarría.

7. de hospitalidad

La estrategia de hospitalidad necesaria para la el desarrollo de la actividad turística se sustenta en el nivel socio cultural de su gente, la calidad de vida perceptible en el escenario urbano, la modernidad de sus prácticas urbanas, la actitud y la aptitud receptivas en relación a la afluencia actual y en la disposición que permita recibir la afluencia convocable y receptible y en la apertura que permita afrontar los cambios que impone en la realidad el transcurso del tiempo.

en síntesis

El desarrollo de las estrategias que se plantean supone la gradual puesta en condiciones de los diferentes requisitos que resultan del estado actual de atracción, producción, gestión, comunicación, nodalidad, mercado y hospitalidad, contemplando programas que contemplen las acciones formuladas en relación a cada tema.

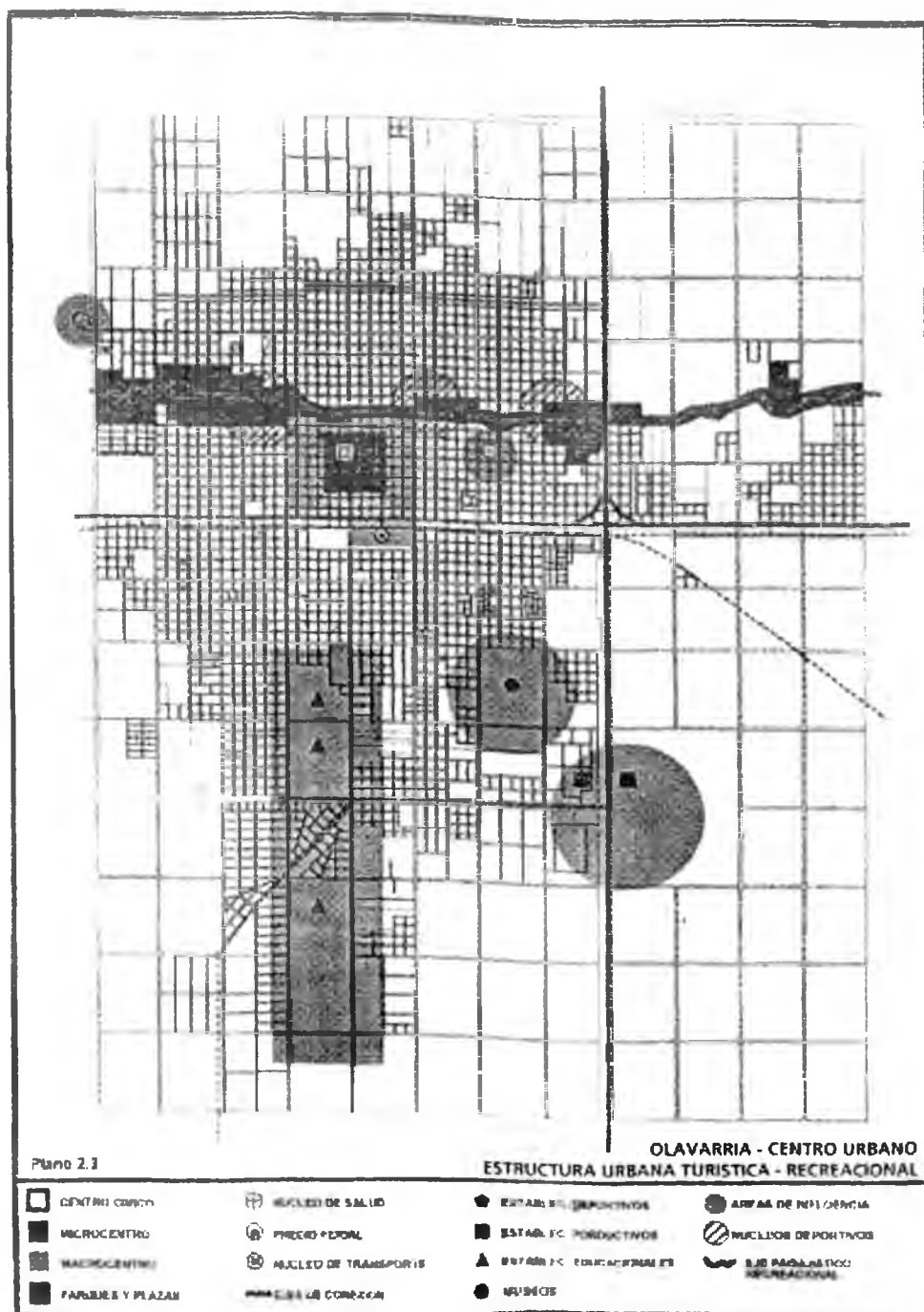
La concepción de dichos programas respecto de ciertos temas puede requerir

de aportes específicos, tales como la ordenación territorial y urbana de Olavarría en función turístico - recreacional, la identificación y persuasión de segmentos determinados del mercado actual y potencial turístico - recreacional, la definición y difusión de la imagen de Olavarría, a través de canales de comunicación apropiados, a fin de instalar a Olavarría entre las opciones de afluencia de personas y empresas que excede la aspiración de desarrollo de la actividad turística.

Se considera que el presente documento puede constituirse en referencia oportuna para emprender un proceso de convocatoria a los diferentes actores sociales de Olavarría y, en particular, a los operadores turísticos y recreativos, en función de la adopción de criterios y acciones estratégicas asumidas consensualmente por la comunidad, conducidas y gestionadas por el Municipio.

Bibliografía

- ALTES MACHIN Carmen (1995) Marketing y turismo. Editorial Síntesis S.A. Madrid
- BOULLON Roberto. (1990). Los municipios turísticos. ed Trillas. México.
- GOMEZ OREA Domingo. (1994). Ordenación del Territorio, Una aproximación desde el medio físico. ed Agrícola Española. Madrid
- GUITELMAN, Jorge. (1994) Turismo. Hospitalidad y encuentro con el otro. CIC. Ministerio de la Producción de Buenos Aires. La Plata.
- HERNANDEZ Ruby. (1997). Un modelo de desarrollo regional. Grupo Banco de la Provincia de Buenos Aires.
- KOTLER, Philip y otros. (1994) Mercadotecnia de localidades. Editorial Diana S. A. México
- LENO CERRO Francisco. (1993). Técnicas de evaluación del potencial turístico. MICYT. Madrid.
- MANTERO, Juan Carlos y otros. (1998) Recursos turísticos regionales. en APORTES y transferencias año 2 vol 1. Mar del Plata
- MANTERO, Juan Carlos. (1999) Actividad turística y desarrollo local. en política turística argentina. edit. Ladevi. Buenos Aires
- MANTERO, Juan Carlos. (2001). Producto global y productos alternos: una estrategia de desarrollo turístico. documento de cátedra. Inédito.
- OMT. (1999). Agenda para Planificadores Locales. Turismo Sostenible y Gestión Local. OMT Madrid España.
- OMT. (1999). Guía para Administradores Locales. Desarrollo Turístico Sostenible. OMT Madrid España.
- ROBIROSA Mario. (1996). Organización y gestión comunitarias. CIAM FAUD Mar del Plata
- SEMINO, Isabel y otros. (1999). Modernización y Reforma del Estado. Provincia de Buenos Aires. Universidad Nacional de La Plata. La Plata.
- SUBSECRETARIA DE TURISMO. PROVINCIA DE BUENOS AIRES.(2000) Bases para la planificación estratégica del turismo.
- TAUBER, Fernando. Municipios varios de Provincia de Buenos Aires. Reflexiones para una estrategia de desarrollo. Universidad Nacional de La Plata. La Plata.
- VALLS, Josep Francesc (1996) Las claves del mercado turístico. Editorial Deusto. Bilbao
- VALLS, Josep Francesc (1992) La imagen de marca de los países. Mc Graw Hill. ESADE. Barcelona
- VEGA Manuel. (1997). Diagnóstico Ambiental de la Provincia de Buenos Aires. Buenos Aires
- VERA R., Fernando compilador (1997) Análisis territorial del turismo. Editorial Ariel S.A. Barcelona.



elaboración: Ricardo Dosso